

TÜKRÖZŐDÉS

T Á R S T U D O M Á N Y O K
T R E N D E K , F O G Y A S Z T Á S

emok

XXIII. ORSZÁGOS KONFERENCIA
PÉCS, 2017. AUGUSZTUS 28-30.



TANULMÁNYKÖTET

EGYESÜLET A MARKETING OKTATÁSÉRT ÉS KUTATÁSÉRT (EMOK)

XXIII. ORSZÁGOS KONFERENCIA TÜKRÖZŐDÉS, TÁRSTUDOMÁNYOK, TRENDEK, FOGYASZTÁS

Felelős kiadó

Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar
7622 Pécs, Rákóczi út 80.

Szerkesztőség

Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar,
Turizmus és Marketing Intézet
7622 Pécs, Rákóczi út 80.

Kapcsolattartó

Dr. Lányi Beatrix, egyetemi adjunktus, Pécsi Tudományegyetem,
Közgazdaságtudományi Kar, Turizmus és Marketing Intézet,
Tel: +36 72 501 599/3182, e-mail: emok2017@ktk.pte.hu

Tudományos bizottság

Dr. Dinya László
Dr. Ercsey Ida
Dr. Hetesi Erzsébet
Dr. Horváth Dóra
Dr. Józsa László
Dr. Kenesei Zsófia
Dr. Piskóti István
Dr. Rekettye Gábor
Dr. Révész Balázs
Dr. Simon Judit
Dr. Szakály Zoltán
Dr. Szűcs Krisztián
Dr. Törőcsik Mária
Dr. Veres Zoltán

Szerkesztők

Dr. Bányai Edit
Dr. Lányi Beatrix
Dr. Törőcsik Mária

ISBN 978-963-429-146-6

Pécs
2017

TARTALOMJEGYZÉK

I.	Az élményvágyó fogyasztó – a turizmus ma
II.	Fogyasztói magatartás – a jövő fogyasztója, a jövő szervezete
III.	Gasztrokultúra – élelmiszerek, étkezés, vendéglátás, kommunikáció
IV.	Kereskedelmi cégek marketingmegoldásai
V.	Kultúramarketing
VI.	Marketingkommunikáció – offline-online működés
VII.	Marketingmegoldások a szervezeti piacon
VIII.	Marketingmérés, módszertani felvetések
IX.	Nonbusiness marketingmegoldások
X.	Társtudományok integrálása a marketingbe
XI.	PhD kollokvium

TÁRSTUDOMÁNYOK INTEGRÁLÁSA A MARKETINGBE

Domán Szilvia – Taralik Krisztina:

Fogyasztói preferenciák feltárása a gyógynövény alapú készítmények piacán 632. oldal

Horváth Dóra – Bauer András – Mitev Ariel:

Tervezői szerepek marketing perspektívából 640. oldal

Huszár Sándor – Prónay Szabolcs – Buzás Norbert:

Spin-off vállalkozás indítás motivációinak és elősegítő tényezőinek összehasonlítása férfi és női kutatók körében 649. oldal

Huszka Péter – Platz Petra:

Középiskolások erkölcsi értékrendjének és a házassággal kapcsolatos attitűdjeinek vizsgálata I. 658. oldal

Kovács Bence – Simon Judit:

Gyógyszerterápiák piaci teljesítményének elemzése az európai gyógyszerpiacokon 667. oldal

Lányi Beatrix: *A pult fölött ... avagy OTC* 678. oldal

Nagy Bálint:

A marketing interdiszciplináris természete történeti perspektívából 688. oldal

Pál Eszter – Törőcsik Mária:

Paraszociális kapcsolatok marketing jelentősége 696. oldal